

Strategie

Benaglia: «L'Ue è il mercato chiave»

Il rallentamento della Cina e la recessione in Usa spingono molti fondi a giocare in casa. **Pagina a cura di Martina Ferraro**



Roberta Benaglia al Milano fashion global summit 2023

«**B**illion dollar girl». Così è stata definita **Roberta Benaglia**, la ceo del fondo di private equity **Style capital**, a seguito della cessione di **Zimmermann** per oltre 1 miliardo di euro. La stessa Benaglia è intervenuta durante la prima giornata del **MFGS-Milano fashion global summit 2023**. «Il 2023 è un anno più difficile del previsto», ha esordito la manager. La recessione dell'America, che però era attesa, e il rallentamento della Cina, che ha colto tutti di sorpresa dal momento che ci si aspettava un rebound del mercato nella seconda parte dell'anno, hanno raffreddato le prospettive economiche per il 2024 della moda e del lusso. «A questo punto l'Europa, essendo più stabile, è diventata il mercato di riferimento». In una situazione come quella descritta, ha spiegato Benaglia, cambiano anche le dinamiche all'interno delle società, che si riorganizzano per far fronte agli imprevisti. «In un momento di incertezza come quello attuale si torna ai fondamentali, e anche i grandi gruppi convogliano le forze verso gli asset in portafoglio, verso brand di riferimento che hanno fatto la storia della moda. Un esempio è **Valentino**», ha spiegato. Fattori come l'aumento dei tassi di interesse, che prima erano vicini allo zero e ora si muovono

intorno al 3/4%, pesano anche sui private equity. Tuttavia, Benaglia ha chiarito che questo non è motivo di preoccupazione per il suo fondo. «Non abbiamo messo in atto particolari cambiamenti nella nostra strategia di investimento. Ci siamo sempre focalizzati sul growth capital, il debito per noi è sempre stato un nice to have ma non uno strumento di ritorno dell'investimento. Il ritorno sull'investimento per noi è dato dalla crescita e dalla creazione di valore dell'azienda. L'incremento del costo del debito ha un impatto anche per noi, ma incide sicuramente di più sui fondi tradizionali che fanno deleverage», ha affermato. Guardando alle operazioni, in particolare dopo aver lanciato un nuovo fondo da 350 milioni di euro, **Style capital 2**, il pe ha da poco rilevato l'80% di **Soeur**, marchio francese di ready to wear e accessori con una valutazione intorno ai 70 milioni di euro. «Abbiamo investito in Francia con l'acquisizione di un brand retail. Vogliamo dargli il nostro touch italiano, siamo più bravi con il wholesale e per questo vogliamo sviluppare la distribuzione all'ingrosso di questo marchio in Europa. Anche per altri marchi punteremo su questo tipo di logica, che è sempre stato il nostro cavallo di battaglia», ha concluso. (riproduzione riservata)

Scenari

BINELLO: «IL LUSO CORRE PIÙ VELOCE DELL'INFLAZIONE»

Il ceo di **Quadrivio** ha evidenziato che, nonostante le difficoltà, questo è il momento di investire nel settore. «È un'industria con i margini dell'hi-tech»

Il lusso ha dimostrato di riuscire a superare l'inflazione e questo è il momento giusto per investire. È la riflessione di **Alessandro Binello**, group ceo di **Quadrivio**, a fronte dell'attuale situazione economica globale. «Noi siamo molto acquisitivi e positivi dal punto di vista dell'investimento del settore anche se c'è e ci sarà un rallentamento», ha dichiarato il manager in occasione del **MFGS-Milano fashion global summit 2023**. Nonostante il rallentamento mondiale, e di alcuni

mercati in particolare, l'industria del fashion&luxury continua ad avere i margini delle società hi-tech. «Il nostro portafoglio è cresciuto del 25% quest'anno e abbiamo intenzione di comprare molto». Proprio in un'intervista recente a **MFF**, Binello ha raccontato che **Quadrivio** intende investire in totale 1 miliardo di euro, di cui 500 milioni saranno destinati alla moda attraverso **Made in Italy Fund 2**. I punti su cui il fondo vuole concentrarsi e investire sono l'innovazione del prodotto, la comunicazione e il marketing e la distribuzione. «Sono elementi fondamentali. Cavalcando queste possibilità per noi ha senso investire in questo settore molto più che in altri», ha sottolineato Binello. L'm&a del lusso, ha proseguito, è ai minimi storici dal 2013. Ma proprio fattori come la diminuzione di operazioni di fusione e acquisizione e la riduzione dell'in-

cremento del costo del debito portano più facilmente le aziende ad aprire i loro equity. «Ci aspettiamo che queste operazioni ci siano». **Made in Italy Fund 2**, d'altronde, è in fase finale per almeno tre operazioni che saranno annunciate a breve. «Sono aziende molto interessanti, che nonostante il periodo complesso hanno dei tassi di crescita superiori del 20%», ha svelato il manager. In merito alla possibilità di creare un polo moda tutto italiano e alla competizione con i colossi francesi, Binello



Alessandro Binello al Milano fashion global summit 2023

ha voluto sottolineare che oggi il 60% del fatturato di un gruppo come **Kering** arriva dalle aziende italiane. «In Italia non siamo riusciti a fare aggregazione per motivi personali e organizzativi. Il nostro gruppo ad esempio sfiora mezzo miliardo di fatturato con l'aggregazione dei nostri brand», ha affermato. Il nodo cruciale è portare però questi marchi sul panorama internazionale attraverso lo sviluppo della distribuzione. «Dobbiamo creare le condizioni affinché gli imprenditori si aggregino», ha concluso. (riproduzione riservata)

Finanza

Gritti: «Tante realtà vorranno l'aggregazione»

«Nel 2024 avremo numerose aziende della moda, magari più piccole, che chiederanno di essere unite», ha detto l'ad di **Tamburi investment partners**. Per il mondo del design, individuate oltre 400 aziende target

Il lusso si era abituato a certi standard di crescita, in Cina soprattutto. Ma i livelli di flusso dei cinesi non sono ancora quelli del 2019. Negli ultimi anni, il lusso è andato in Cina, non sono venuti loro da noi». A intervenire durante il panel dedicato alla finanza e l'm&a in occasione del **MFGS-Milano fashion global summit 2023** è stata anche **Alessandra Gritti**, amministratore delegato di **Tip-Tamburi investment partners**. La Cina, come evidenziato dall'ad, presenta ancora problemi politici interni, deve affrontare un certo malcontento e quindi riaffrontare e ripensare il tema della chiusura. Tuttavia una leggera ripresa, qualora ci fosse, porterebbe a un'importante espansione delle operazioni nel breve periodo. Proprio in merito alle opportunità di investimento previste per il 2024, Gritti ha spiegato che il mondo del private equity classico fa difficoltà a trovare risorse. «Immaginiamo ci possa essere un ridimensionamento dei multipli. La Borsa dovrebbe diventare più rappresentativa ma non è detto che lo diventerà, ci saranno sempre delle aziende che rimarranno "trophy assets". Nel 2024 avremo tante aziende, magari più piccole, che chiederanno di essere ag-



Alessandra Gritti al Milano fashion global summit 2023

gregate per un tema di maggiore tranquillità. Da minoritari e senza leva si apre per noi un bellissimo capitolo», ha affermato. In merito alla possibilità di formare un polo del lusso in Italia, la ceo ha evidenziato che lo spazio di manovra ci sarebbe ma il problema resta l'individualismo. «Il problema di fondo è che le imprese del lusso italiane sono a conduzione fami-

gliare, capiamo che la cessione è complessa. Entrare con una minoranza nel capitale può essere un aiuto ma anche questo non ha funzionato negli ultimi 20 anni». I colossi francesi sono riusciti invece a mediare trovando un compromesso con le aziende. «La distribuzione è l'elemento focale. Entrare in uno dei grandi gruppi francesi permette visibilità, soprattutto dal punto di vista della distribuzione, quindi la capacità per le imprese di competere da sole rimane in qualche modo limitata». Secondo Gritti, però, non si può dire lo stesso però per quanto riguarda il design **Made in Italy**. Va ricordato a tal proposito che **Tip** ha da poco raggiunto un accordo per acquisire il 51% di **Investindesign**, società che attualmente detiene la maggioranza del capitale di **Italian design brand**. «Rispetto all'individualismo della moda qui ci sono delle necessità, le aziende hanno necessità di una piattaforma forte e di avere un sostegno sotto un aspetto sia finanziario che distributivo. È un mercato fortemente nazionale, ma frammentato», ha precisato. Per questo, nel radar di **Tip** ci sono ad oggi 400 aziende che potrebbero essere target. «Lavoreremo per verticali», ha concluso. (riproduzione riservata)